

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap *Destination Image*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Destination Image*. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *Electronic Word of Mouth* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya *Destination Image* pada *Jember Fashion Carnaval*.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Destination*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Destination*. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *Electronic Word of Mouth* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya *Attitude Toward Destination* pada *Jember Fashion Carnaval*.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif terhadap *Travel Intention*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Travel Intention*. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *Destination Image* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya *Travel Intention* pada *Jember Fashion Carnaval*.

4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa *Attitude Toward Destination* berpengaruh positif terhadap *Travel Intention*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Attitude Toward Destination* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Travel Intention*. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *Attitude Toward Destination* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya *Travel Intention* pada *Jember Fashion Carnival*.
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap *Travel Intention*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Travel Intention*. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *Electronic Word of Mouth* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya *Travel Intention* pada *Jember Fashion Carnival*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Praktis

*Jember Fashion Carnival* Sejatinya telah memiliki kepopuleran yang cukup tinggi dalam destinasi wisata di nusantara, bahkan di mancanegara. Kepopuleran yang dimiliki *Jember Fashion Carnival* dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke daera jember terutama pada bulan-bulan dimana diad akannya pagelaran *Jember Fashion Carnival*. Apa yang dicapai oleh *Jember Fashion Carnival* selama ini sebenarnya adalah sebuah capaian presetasi bagi destinasi wisata di dalam negeri. Namun tentu

masih banyak hal yang dapat dioptimalkan demi terus meningkatkan daya tarik dan tentu saja minat wisatawan untuk mengunjungi *Jember Fashion Carnaval*.

Pihak pengelola *Jember Fashion Carnaval* harus dapat mempertahankan elemen *E-WOM* yang telah dianggap bagus oleh masyarakat. Pengelola *Jember Fashion Carnaval* dapat lebih aktif lagi dalam memberikan kampanye di media elektronik dengan cara mengajak para pengunjung untuk memberikan review pada *search engine* google dan menyediakan kolom review pada website mereka agar para pengunjung dapat memberikan komentar yang akan dilihat oleh pengunjung website *Jember Fashion Carnaval* sehingga akan ada lebih banyak orang yang membicarakan *Jember Fashion Carnaval* di ruang-ruang elektronik.

Citra Destinasi *Jember Fashion Carnaval* dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif, pengelola dapat lebih menambahkan nilai budaya lokal kedalam acara-acara yang disajikan. Seperti lebih memperbanyak kostum yang menggambarkan budaya Jember dan juga bisa membuat mata acara yang khusus seperti seminar atau *talk show* yang khusus membahas budaya Jember sehingga akan tercipta Citra Destinasi yang kuat yang akan membuat *Jember Fashion Carnaval* memiliki daya tarik yang tinggi bagi wisatawan.

Sikap Terhadap Tujuan *Jember Fashion Carnaval* dalam penelitian ini menunjukkan perilaku yang positif. Oleh karena itu pihak pengelola *Jember*

*Fashion Carnaval* harus terus menjaga kualitas pelayanan yang telah ada. Pihak pengelola juga dapat meningkatkannya dengan memperluas jenis layanan yang disediakan oleh *Jember Fashion Carnaval* seperti memberikan transportasi dari dan menuju terminal atau bandara yang akan mempermudah mobilisasi wisatawan sehingga akan meningkatkan sikap positif terhadap *Jember Fashion Carnaval*.

Minat Berkunjung terhadap *Jember Fashion Carnaval* dalam penelitian ini menunjukkan perilaku yang positif, hal ini merupakan sebuah capaian yang baik bagi pihak pengelola *Jember Fashion Carnaval* dimana telah banyak penyuka *event* budaya yang ingin mengunjungi *Jember Fashion Carnaval*. Pihak pengelola harus mampu menjaga dengan baik elemen *E-WOM*, Citra Destinasi, dan Sikap Terhadap Tujuan yang dalam penelitian ini dianggap mampu menjadi pengaruh bagi tingginya minat berkunjung para penyuka *event* budaya. Mulai dari meningkatkan dan memperluas jaringan *E-WOM* yang telah dimiliki, menambah fasilitas yang dimiliki, hingga meningkatkan kualitas pelayanan yang ada. Pihak pengelola juga dapat mengadakan paket *bundling* perjalanan wisata ke jember, dimana didalam paket tersebut sudah terdapat seluruh akomodasi dan tiket masuk berbagai wisata di jember termasuk *Jember Fashion Carnaval* yang mana harga paket tersebut lebih murah dibandingkan apabila wisatawan membeli akomodasi dan berbagai tiket secara terpisah sehingga akan menaikkan minat berkunjung terhadap *Jember Fashion Carnaval*.

### 5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini dapat dilakukan lagi dengan menggunakan variabel lain walaupun dengan obyek penelitian yang sama. Agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain mempengaruhi *Travel Intention*. Karena perlu disadari, bahwa hasil penelitian ini tidak bersifat mutlak dan abadi, karena penelitian akan selalu mengikuti perkembangan zaman, ruang dan waktu. Penelitian dapat dilakukan dengan mencari tempat wisata budaya lainnya selain *Jember Fashion Carnaval* ataupun memodifikasi kerangka penelitian yang telah ada, seperti mencari pengaruh *service quality* terhadap *travel intention* atau mencari pengaruh *service quality* terhadap attitude toward *destination* terhadap *Jember Fashion Carnaval*. Penelitian juga dapat diperdalam dengan menambahkan data-data dan referensi yang lebih akurat dari beberapa sumber. Peneliti selanjutnya juga disarankan guna menguji multikolinearitas untuk mengetahui adakah hubungan antar variabel independen.